



CHINA WINE NEWS 华夏酒報

SINCE 1989

2025年5月
13
星期二

今日8版 总第3376期
统一刊号:CN37-0034
中国十佳行业报

专业·专注·建设性

电商正在重构白酒业

电商渠道的爆发式增长正悄然改写行业规则。从高端品牌的线上价值锚定,到新兴渠道的精准渗透,白酒行业的竞争逻辑正在经历一场深刻的数字化重构。

本报记者 张瑜宸 发自北京

2024年,中国白酒行业在消费不振与价格倒挂的夹缝中,上演了一场冰与火的生存博弈:一边是贵州茅台、山西汾酒等头部企业凭借品牌势能与渠道变革逆势增长;另一边则是金种子酒、酒鬼酒等区域酒企在库存积压与市场受阻中艰难挣扎。

这场分化背后,电商渠道的爆发式增长正悄然

改写行业规则。从高端品牌的线上价值锚定,到新兴渠道的精准渗透,白酒业的竞争正在经历一场深刻的数字化重构。正如国盛证券所言,白酒业的需求底已现,2025年的复苏将取决于“内需政策有效性”与“渠道优化成果”。而电商平台的生态进化,无疑为这场复苏注入了更复杂的变量——它既可能加

速行业分化,也可能孕育出打破价格壁垒的新物种。

综合来看,2024年的白酒行业,在消费降级与高端化的撕裂中,找到了一条独特的融合路径——电商革命。无论是以私域运营化解渠道危机,还是借内容直播打破区域壁垒,或通过产品定制实现差异化竞争,本质皆是“以渠道变革重构价值逻辑”。 A5

New
新视点

是什么正在打破酒种间的传统边界?

消费趋势正在重新定义酒业规则,促使传统酿酒体系进行革新,以适应年轻化的市场潮流,开拓新的发展空间。

本报记者 张瑜宸 发自北京

《华夏酒报》记者通过调研企业发现,中国酒业掀起了一股前所未有的“跨界蒸馏”风潮:从白酒企业将基酒注入橡木桶酝酿“中式威士忌”,到江浙黄酒厂架起铜制壶式蒸馏器打造“高度黄酒”,再到啤酒厂商尝试用雪莉桶润饰精酿啤酒,甚至威士忌酒厂开始探索用黄酒润桶的陈酿工艺——这场酿造界的“破壁行动”,正在打破白酒、黄酒、啤酒、洋酒之间的传统边界。

这一现象背后,既是消费趋势倒逼的必然选择,也是行业转型的主动突围。特别是消费市场的结构性变化,成为倒逼传统酒业转型的核心动力。年轻一代的崛起正改写酒类消费的底层逻辑——他们既追求低度、柔和的口感,又渴望产品背后的文化体验与社交价值。

A4



Headline
特别推荐

以标准化创新 引领酒业升维

中国酒业正经历从“规模扩张”到“价值重构”的强分化、深调整阶段,在此背景下,酒业标准化工作需围绕品质表达科学化、生态与科技融合、产业链协同升级等方向发力。

A2

让“中国风味”更好地 对上“世界味蕾”

应对“多元化、时尚化、个性化、年轻化”的变化,共同健全白酒品质表达和价值表达体系,强基础、练内功,持之以恒做好国外消费者的培育。

A2

谁动了 Z世代的酒杯?

重要的不是Z世代喝了多少酒,而是他们如何在时代浪潮中重新定义属于自己的生活方式。

A2

啤酒业如何突破 增长天花板?

高端化产品创新+多元化场景体验的双向发力,有望成为啤酒领军企业“破壁”的共同路径。

A6

酒文化向何处去?

酒文化一要走出去、二要走进去、三要走上去、四要走下去,这四个建议看似矛盾,其实各有各的内涵。

A8

2024年成绩单已提交,白酒股是否跑赢大盘?

白酒企业也在积极“出海”觅增量,出口额、出口量和出口均价均呈现上升态势,但相比A股整体而言,白酒行业的海外市场拓展可能仍处于起步阶段,具有较大增长空间。

本报评论员 杨孟涵

截至目前,大多数A股上市公司已经公布业绩,同样,A股之中的白酒企业,也都已经公布业绩。前些年以高增长率跑赢楼市的白酒股,此次是否能够跑赢大盘?

Wind数据显示,截至4月29日21时,已有5304家A股上市公司披露2024年年报,其中,3523家实现盈利,占比66.42%;1019家净利润增幅超20%,占比19.21%。

Wind数据统计,2024年A股白酒上市公司实现营业收入总收入4422.27亿元,同比增长2.28%;实现归属上市公司股东的净利润1666.31亿元,同比增长4.32%。

首先,从产业结构来看,A股整体产业结构正在优化,新兴产业成为经济增长新引擎,显示出较强的创新能力和转型升级动力。

以A股整体产业结构来看,新兴产业已经成为重要增长源。譬如,以新能源为引领的汽车行业以及电子行业。前者实现营收3.9万亿元,同比增长6.72%;实现净利润1508.60亿元,同比增长11.16%。后者期内实现营收3.47万亿元、净利润1373.68亿元,同比分别增长17.33%、35.18%。

可以看出,汽车行业、电子行业的整体增长率,已经高于白酒行业。

以比亚迪为例,其2024年实现营业收入7771.02亿元,同比增长29.02%;归属于母公司所有者的净利润402.54亿元,同比增长34.0%。

相比之下,白酒业领衔的贵州茅台,其营收规模、营收与净利的同比增长率,均远远不及比亚迪。

业内人士认为,白酒行业虽然也在探索创新,实施产品多元化,并积极开拓文旅等其他产业、开

发轻饮等其他产品,但整体上仍属于传统产业范畴,创新步伐可能相对较慢,其整体结构升级带来的增长十分有限。

白酒行业,尤其是优质的白酒上市企业以“稳健”为主,但可能缺乏像A股整体中部分新兴产业那样的高增长动力。

其次,在盈利能力上,白酒股目前也落后于大盘。A股整体净利润增幅超20%的企业占比19.21%,显示出较高的盈利能力和增长潜力。对比之下,白酒股净利润增长率超20%的仅有3家,分别为古井贡酒、顺鑫农业、皇台酒业,后两家企业情况特殊——白酒股净利同比增长超20%的企业比率,仅有1.5%,远低于A股整体水平。

最后,从国际化程度的比较来看,白酒业的出口正在起量,但规模仍显不足。

中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会发布的数据显示,2024年,白酒全年出口额达9.7亿美元,同比增长20.4%;出口量为1642万升,同比增长6.3%;出口均价提升至每升59.0美元,同比涨幅达13.3%。

那么,A股整体在此项目上表现如何?

2024年,A股上市公司实现境外收入8.98万亿元,同比增长3.89%。据悉,部分企业以出口业务为依托,实现了全年业绩增长。

总体而言,A股上市公司整体在积极拓展海外市场,实现境外收入增长,显示出较强的全球布局能力。白酒企业也在积极“出海”觅增量,出口额、出口量和出口均价均呈现上升态势,但相比A股整体而言,白酒行业的海外市场拓展可能仍处于起步阶段,具有较大增长空间。

社评
Editoria